Tabloul complet al reputației

On Ianuarie 27, 2009

Investește cu grijă în motorul excelenței tale, astfel încât să poți garanta funcționarea lui la parametri optimi.

La cine apelezi prima oară atunci când te îmbolnăvești? La medic, evident. Dar nu la orice medic care oferă consultații, nu-i așa? Ci la un medic care într-adevăr îți poate indica calea de vindecare. Faima de care se bucură medicul și încrederea în cunoștințele sale de specialitate este, de fapt, ceea ce te determină să apelezi la el.

Un medic foarte bun nu trebuie să greșească niciodată, nu trebuie să ofere niciodată un tratament necorespunzător, deoarece, comițând o eroare, își pierde reputația și diminuează încrederea pe care o au oamenii în el.

Care este guma ta de mestecat preferată? Probabil Orbit, nu-i așa? Dar de ce ai ales Orbit și nu altă gumă de mestecat? Mai mult ca sigur pentru că Orbit îți oferă o protecție crescută împotriva cariilor în comparație cu celelalte tipuri de gume de mestecat. Încrederea în calitatea produsului și garanția că nu vei avea niciodată carii te-a determinat să investești banii în el.

Respectul și grija pentru fiecare client a făcut marea companie Wrigley să ajungă la o cotă de piață de 96% din segmentul gumei de mestecat, dintre care 65% doar cu brandul Orbit. Dacă nu ar fi pus pe primul loc sănătatea oamenilor, Wrigley nu ar fi putut ajunge niciodată o companie cu adevărat extraordinară, și nu ar fi putut niciodată să-și creeze o reputație mai bună decât a celorlalți competitori de pe piață.

Leadership: Preferința pe care o dezvolți pentru o sumă de atribute și caracteristici tangibile, reunite într-o formă identificabilă, oferă posibilitatea menținerii unui anumit grad de autonomie în zona ta de afirmare?

Ascensiunea pe care singur ți-o impui prin aducerea laolaltă a tuturor a resurselor și know-how-ului care permite explorarea unui anumit segment de piață se armonizează cu ceea ce oferi mai bun decât ceilalți printr-o prestație 100% continuă.

Ţi-aș putea oferi multe exemple, din numeroase domenii, în care unele produse, sau unele servicii pe care le oferă anumiți oameni sau anumite companii sunt mai cunoscute și mai preferate decât altele. Dar n-am s-o fac căci probabil aș umple câteva pagini bune.

Îți pot spune doar atât: ca să fii apreciat trebuie să ai o putere neobișnuită de a atrage în jurul lor mulți susținători și să fii capabil să-ți construiești o reputație de invidiat. Trebuie să ai o mare putere de convingere, o capacitate ieșită din comun de a rezolva probleme, să inspiri încredere pentru ca ceilalți să apeleze la ajutorul tău.

Ascensiunea în orice domeniu trebuie privită din perspectiva construcției și utilizării unei mașini, dincolo de "vârsta" la care iese din garanție: îi trebuie un tip special de roată care să nu fie înlocuită niciodată. Roata sugerează mișcarea perpetuă pe care nimeni nu o poate măsura și gestiona simultan, este o invenție care te ajută să faci progrese în direcția schimbării lumii.

Leadership: Este necesar să evaluezi utilitatea unei anumite abordări ca să observi dacă ceea ce transmiți pare să corespundă cu diferența dintre valoare și atitudine?

Şi tu trebuie să-ți creezi o reputație de invidiat dacă dorești să îți faci cunoscute pe piață serviciile sau produsele. Însă reputația nu se construiește în mod natural, fără să miști niciun deget. Nu te poți aștepta să ai succes într-un domeniu și să îți formezi un nume sonor dacă nu câștigi încrederea oamenilor, dacă nu beneficiezi de o credibilitate sporită în ochii tuturor.

Atitudinea este reacția și poziția indivizilor față de ceea ce văd într-o reclamă. Valoarea unui produs este ceea ce reclama încearcă să vândă prin sugerarea unei emoții puternice în care stupoarea și fragilitatea clipei de acum se întretaie cu revelația unui timp câștigat, sau cu redimensionarea unor momente privilegiate rămase doar în amintire.

Părerea mea în ceea ce privește marketingul este că valoarea trebuie să producă cât mai mult exteriorizarea atitudinii. O atitudine sofisticată denotă certitudinea livrării unui produs calitativ.

În marketing este o vorbă: " *Clienții te cunosc mai bine decât te cunoști tu însuți* ". Cunoștințele tale de specialitate și calitatea serviciilor pe care le oferi influențează în bine reputația ta. Este o dovadă de stimă și admirație atunci când oamenii apelează la ajutorul / serviciile tale, de aceea nu trebuie să-i dezamăgești niciodată. Vei putea să afirmi că ești un excelent specialist în domeniul în care îți desfășori activitatea numai atunci când vei învinge concurența și când vei dobândi acea faimă de invidiat, recunoscută mai ales de cei din branșa ta.

Reputația ta este ca un motor care pornește odată ce te poziționezi în relația cu oamenii. Iar acest motor, creat special pentru dezvoltarea ta profesionala, este un mare consumator de credibilitate și garanție – si nu are voie sa se oprească odată pus in funcțiune.

Investește cu grijă în „motorul" excelenței tale astfel încât să poți garanta funcționarea lui la parametri optimi.

Leadershipul este ceea ce lași în urma ta după ce le-ai asigurat clienților tăi garanția unui produs de calitate și accesibil ca preț, numit: "ÎNAINTE".

Source: https://neculaifantanaru.com/tabloul-complet-al-reputatiei.html